



Chapitre II



charte graphique 2011/2022

Codes graphiques : Logotype / Accroches / Typographies...



Au sommaire

Ce cahier vous aidera à vous familiariser avec l'ensemble des normes iconographiques établies par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France. Des normes auxquelles chacun des 46 Parcs du réseau se doit de faire référence dans sa communication du moins institutionnelle.

Voir aussi les chapitres III et IV

Conditions d'utilisations du logotype, des Marques Parc...

En tant qu'ayants droit, vous pouvez prétendre à l'utilisation du logotype et des codes graphiques qui l'accompagnent sur vos outils administratifs et certains de vos supports de communication. **Si vous souhaitez faire usage des codes et éléments graphiques présentés dans ce chapitre, merci d'en référer au service communication du Parc en accompagnant votre requête d'une maquette papier illustrant le projet d'intention utilisant les dits codes.**

Sont reconnus comme ayants droit : Les communes, les communautés de communes et villes portes du territoire du Parc - Les partenaires conventionnés du Parc - Les bénéficiaires de la Marque Parc.

Le logotype

couleurs et noir & blancpage 2

Le logotype

sur fonds et produits dérivés.....page 3

La Marque

Parcpage 4

Les accroches

principales.....page 5

Les typographies

standardspage 6

Totem

d'expositionpage 7

L'utilisation du logotype

La référence "Parc naturel régional du Haut-Jura" constitue une marque déposée auprès de l'INPI. Elle bénéficie à ce titre d'une protection juridique. Toute référence au Parc mettant en scène le logotype doit systématiquement faire l'objet d'une autorisation préalable.

Version couleur

Les 2 couleurs retenues pour la signature du Parc ont été définies par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France.

1 Le logotype dans sa version couleur - **2** & **3** Taille minimale d'utilisation...



Impression journal
Corps de caractère mini toléré :
8 pt.



Impression offset ou couché
Corps de caractère mini toléré :
4 pt.

les couleurs

Vert : Pantone 340
Cyan 100% - Magenta 00% - Jaune 65% - Noir 10%

Rouge : Pantone 187
Cyan 00% - Magenta 90% - Jaune 70% - Noir 15%

Concernant l'utilisation des tons directs, merci de vous reporter au **chapitre I** "Vers une com. éco-responsable" en page 2 (encart "Conseils").

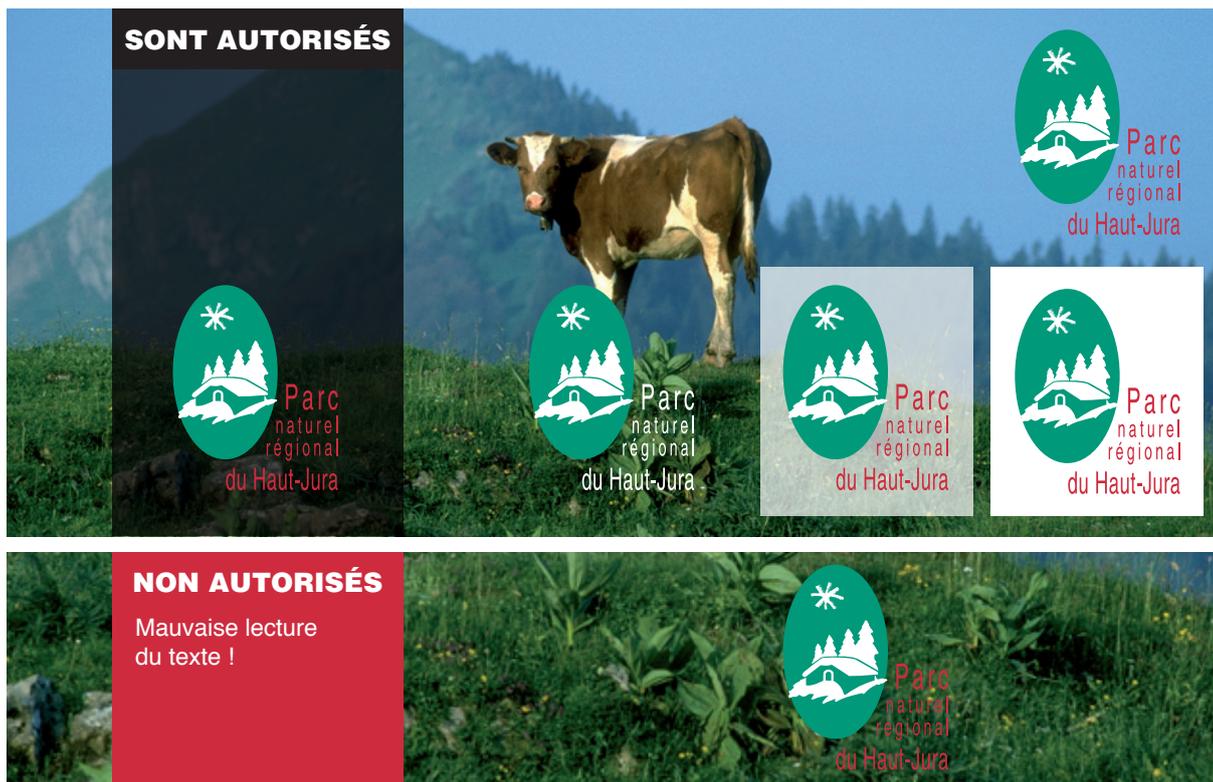
Versions noir et blanc

1 Version monochrome pour utilisation sur fond neutre ou peu soutenue - **2** Version en réserve blanche pour utilisation sur fond à fort encrage. Les tailles d'utilisations sont les mêmes que pour la version couleur. - **3** idem 2.



Le logotype sur fonds de couleurs

Une priorité... La bonne lecture du logotype! Ces quelques exemples vous montrent dans quelles limites le logotype peut être ou non utilisé.



Le logotype sur produits dérivés

Les conseils dispensés dans ce cahier doivent, s'ils sont respectés, garantir une bonne identification des codes du Parc. Il est ici proposé un ensemble de correspondances couleurs à partir desquelles il sera possible de décliner le logotype.

MARQUAGES	les couleurs
 <p>Les marquages doivent tenir compte des recommandations faites page précédente et ci-dessus. Le logotype, lorsque trop petit, est exploité sans son texte. Le seuil de lecture toléré étant un corps de 4 pts.</p>	<p>Marquages en impression Pantone 340</p>
	<p>Marquage en broderie (marques indicatives) Réf. 1247 - Maderia n° 40 - Sticku n°30</p>
	<p>Marquage adhésif ou peinture Ral. 6016</p>
	<p>Marquages en impression Pantone 187</p>
	<p>Marquage en broderie (marques indicatives) Réf. 1181 - Maderia n° 40 - Sticku n°30</p>
	<p>Marquage adhésif ou peinture Ral. 3002</p>

Savoir-faire du...



Lorsqu'un artisan bénéficie de cette marque, il peut en faire usage dans le respect des règles établies pour le logotype du Parc. Cette marque est présente sur l'ensemble des outils de promotion du savoir-faire concerné.

Accueil du...



Ce logotype est réservé aux structures d'accueil du territoire telles que : les hôtels - les restaurants - les centres d'hébergement, les centres de vacances, les animations.

L'utilisation du logotype répond aux mêmes exigences que celui présenté ci-dessus.

Produit du...



Ce logotype identifie un produit conçu sur le territoire du Parc.

Comme pour le logotype "Savoir-faire du...", il ne peut figurer que sur les documents de promotion du produit bénéficiaire de la marque Parc. Le détenteur de cette marque ne peut donc prétendre utiliser celle-ci pour le ou les produits de sa production désignés "Produit du...".

Pour chacune de ces 3 Marques Parc, tout outil de promotion porteur d'un de ces 3 logotypes doit impérativement faire l'objet d'une validation par le Parc avant parution.

L'utilisation de ces logotypes est régie par les mêmes codes d'utilisation du logotype du Parc précisés en pages 2 et 3 de ce chapitre. Merci de vous reporter à ces pages en ce qui concerne les règles de tailles et de couleurs.

Quelques accroches principales...

Les accroches ci-dessous sont validées par les membres du bureau et vous sont recommandées en premier lieu. Il est toutefois entendu que toute proposition complémentaire peut être faite au service communication du Parc qui statuera sur la pertinence de telle ou telle accroche et donc, son utilisation possible.

Une montagne à...

Une montagne *à partager*

Une montagne *à vivre*

Une montagne *à découvrir*

Une montagne *à conter*

Une montagne *à préserver*

Une montagne *à* autre accroche à compléter et faire valider

Une montagne qui...

Une montagne *qui vit*

Une montagne *qui bouge*

Une montagne *qui résonne*

Une montagne *qui rayonne*

Une montagne *qui avance*

Une montagne *qui* autre accroche à compléter et faire valider

Une montagne de...

Une montagne *de vies*

Une montagne *d'accueil*

Une montagne *d'activités*

Une montagne *d'idées*

Une montagne *d'avenir*

Une montagne *de* autre accroche à compléter et faire valider

Les bonnes règles à suivre

Il est prévu de laisser à l'ensemble des utilisateurs, une totale liberté dans le choix des typographies à mettre en scène dans telle ou telle composition et édition. **Les seules contraintes sont les typographies présentées sur cette page qui sont imposées pour 2 d'entre-elles dans le logotype et pour les 2 autres, dans les accroches institutionnelles "Une montagne de..." présentes sur les couvertures.**

Les 2 typographies du logotype (obligatoires)

Times

Police classique et intemporelle, elle exprime pour la Fédération des Parcs l'authenticité préservée des choses. Traditionnellement, cette police trouve sa pleine expression dans la composition de textes.

Regular	• ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	0123456789	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Italic	• <i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i>	<i>0123456789</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i>
Bold	• ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	0123456789	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Bold Italic	• <i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i>	<i>0123456789</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i>

Helvetica

Police indémodable qui fait, comme la Times, figure de standard pour l'ensemble de la chaîne graphique, cette typographie se prête aisément aux manipulations en s'imposant comme titre dans ses versions Bold et Black et en se laissant agréablement lire en Regular et oblique dans les compositions de textes. Elle est imposée comme la typographie à utiliser sur les outils internet du Parc (*site/newsletter...*).

Regular	• ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	0123456789	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Oblique	• <i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i>	<i>0123456789</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i>
Bold	• ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	0123456789	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Bd.Oblique	• <i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i>	<i>0123456789</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i>

Les 2 typographies des accroches (obligatoires)

Optima

Police élégante qui se prête, elle aussi, assez bien au double jeu titres/textes. Elle est utilisée en début de phrase dans la composition des accroches institutionnelles (*voir page précédente*).

Regular	• ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	0123456789	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Italic	• <i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i>	<i>0123456789</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i>
Bold	• ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	0123456789	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Bold Italic	• <i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i>	<i>0123456789</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i>

James Fajardo

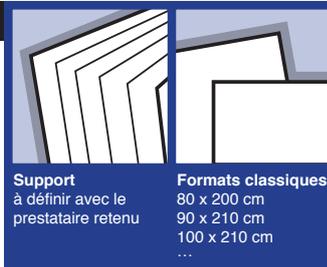
Cette police manuscrite vient composer de ses courbes élancées la deuxième moitié de l'accroche (*voir page précédente*). Elle dispose d'accents indépendants des lettres dans sa version gratuite et oblige l'utilisateur à travailler les accents à partir des glyphes laissés à sa disposition.

Regular	• ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ	0123456789	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Accents & punctuations	• ^ ` ' (" ! ? : ; ,)		

Principes graphiques



Exemple d'un totem de 80 x 200 cm à destination d'un salon grand public



Identification en salon...

Kakémonos ou totems sont les solutions souvent employées comme supports visuels de communication en salons. Selon la nature de celui-ci et donc du public à interpeller, nous vous proposons d'employer les codes graphiques présentés dans les chapitres V, VI et VII de notre charte.

Les codes à respecter

- 1 **La couleur dominante** - Est à déterminer à l'aide des gammes chromatiques présentes sur les couvertures des chapitres V, VI, et VII.
- 2 **Le thème graphique** - Il correspond à la typologie de public visé (*se reporter aux chapitres V, VI ou VII*). Il occupe le tiers supérieur du totem.
- 3 **L'accroche** - "Une montagne" est inscrit en Optima regular. La seconde partie de l'accroche varie (*ici "qui résonne"*). Elle est composée en *James Fajardo*. Pour l'utilisation d'une accroche existante, utiliser directement le fichier **.jpg** ou **.ai** correspondant.
- 4 **Le logotype** - Positionné suivant les dimensions indiquées ci-dessus.